

CELEBRACIÓN DEL PODER E INFORMACIÓN OFICIAL
LA PRODUCCIÓN CINEMATOGRAFICA INFORMATIVA Y COMERCIAL
DE LOS ACEVEDO (1940 – 1960)¹

Luisa Fernanda Acosta Lozano²
Universidad Externado de Colombia

En el presente documento se muestran las características más relevantes de la producción informativa de los hermanos Acevedo. El resultado de este trabajo es el producto de una indagación realizada sobre la actividad cinematográfica colombiana entre 1940 y 1960, orientada hacia el estudio de la relación entre los contenidos cinematográficos y el proceso de constitución de una moderna sociedad de masas en Colombia. El trabajo se propuso indagar por la ubicación del cine colombiano en los procesos de modernización nacional con el propósito de realizar un aporte significativo en términos de la sistematización y análisis de archivos que historiográficamente no han sido estudiados con rigor.

El texto comienza con una breve relación de hechos coyunturales con el propósito de ubicar el objeto de estudio dentro de unas condiciones particulares de contexto. Más adelante profundiza en las características de la producción cinematográfica documental informativa y documental comercial que, finalmente, servirán para abrir una reflexión sobre la producción informativa en la televisión actual. La función del cine en el tránsito de sociedades con esquemas de producción agrícola y una cultura popular marcadamente rural, hacia sociedades urbanas que convocan en torno a diferentes sistemas de valores construidos sobre nuevas formas de producción y, por lo tanto, diferentes dispositivos de control propios de sociedades y culturas de masas, fue conducir las características de las culturas populares hacia una noción moderna de cultura de masas.

Para el siguiente análisis nos hemos apoyado en el trabajo de John B. Thompson³ en el que se propone una visión desde la organización social del poder simbólico. En este trabajo el autor describe los medios como parte integral del surgimiento de sociedades modernas. Teniendo en cuenta variables culturales y sociales, Thompson establece nuevas formas de visibilidad, identificando los medios como formas de interacción y consumo de bienes simbólicos, de un lado, y de otro los diferentes escenarios hegemónicos.

Teniendo en cuenta lo anterior, el desarrollo de este análisis está metodológicamente asociado a cuatro ejes teóricos con los que se articuló conceptualmente la propuesta de investigación y desde los que se intentará responder a la pregunta inicial del trabajo. Estos ejes son: medios–cultura, medios–nación, medios–modernidad y medios–masificación. De esta forma para cada eje planteado se trabajaron ciertas características; para el eje de medios–nación: elaboración de una noción de integración, política como eje integrador, construcción de referentes simbólicos de nación en contraste con culturas foráneas, exaltación de una nueva identidad de lo nacional construida sobre las nociones de progreso, industrialización y transformaciones de la vida cotidiana; para el eje de medios–cultura: fortalecimiento de ideologías hegemónicas, diferenciación entre cultura de elite y cultura popular, costumbres y vida cotidiana; para el eje medios–modernidad: industrialización y consumo (incorporación de la modernidad en la vida cotidiana de forma diferenciada); y para el eje de medios – masificación: diferenciación entre cultura moderna y cultura premoderna, reelaboración del carácter simbólico de la vida social y uso de los medios de comunicación para reorganizar la sociedad.

CONTEXTO SOCIAL Y POLÍTICO NACIONAL 1940 – 1960

Estas décadas contienen características propias de un proceso que ha sido desarrollado de manera poco consecuente con las dinámicas sociales y culturales del país desde sus comienzos: el proceso de modernización. Esta afirmación se puede constatar primero, revisando las grandes dificultades que se enfrentaron después de la Independencia para ajustar el país a modelos políticos europeos o norteamericanos; segundo, en las más de cincuenta guerras civiles que se vivieron durante la segunda mitad de siglo XIX en busca de la consolidación de un orden en torno a una idea poco clara de nación; y, tercero, en el tránsito hacia el siglo XX, marcado por tres hechos que resultaban sintomáticos de un gran malestar: la Guerra de los mil días, la venta del Canal de Panamá y la imposición de un orden hegemónico de corte conservador durante aproximadamente treinta años, que terminó con la masacre de las Bananeras en 1929.

Posteriormente, la llegada al poder de los gobiernos liberales desde la década del treinta no cambiaría mucho las condiciones del proceso modernizador: políticas educativas y culturales desarrolladas sobre una noción de progreso e industrialización que nuevamente demuestran un claro interés de partido, excluyentes y orientadas a la consolidación de una economía capitalista; inserción de las masas -movilizadas del campo a las crecientes ciudades– en este nuevo proyecto de nación que empezaba a mostrar sus contradicciones con la evidente y cada vez más fuerte, tensión entre elites y clases populares. En consecuencia, la población se polariza en bandos con visiones excluyentes: conservadores y liberales, artesanos y burgueses, obreros y dirigentes.

Adicionalmente, en términos económicos, el país es objeto de las primeras consecuencias de la Segunda Guerra Mundial: reducción en las importaciones y aumento en la inflación, lo cual a su vez provocó una reducción en bienes de capital y de materias primas.

Esta tensión inició una de las etapas más duras del proceso con la crisis y posterior caída del gobierno liberal en 1946 y, en 1948, con el asesinato en Bogotá del caudillo liberal Jorge Eliécer Gaitán. Estos episodios desataron consecuentemente una crisis de enormes dimensiones que se tradujo en la consolidación y enfrentamiento entre bandos militares en el campo y posteriormente en su desplazamiento hacia las ciudades.

Tras el derrumbe del bloque liberal en 1946 se suceden en la presidencia de la República dos presidentes conservadores hasta 1953: Mariano Ospina Pérez y Laureano Gómez (Reemplazado temporalmente en 1951 por su primer designado, Roberto Urdaneta Arbeláez). Durante este período los enfrentamientos en el campo se recrudecen, el éxodo de población campesina a las ciudades aumenta y la economía nacional empieza a mostrar las evidencias de este prolongado enfrentamiento.

En medio, en 1953, de este escenario irrumpe de forma pacífica, y gracias a una alianza entre los partidos tradicionales, el general Gustavo Rojas Pinilla. El compromiso que asume el general resulta ambicioso: estabilizar política, social y económicamente el país.

El particular régimen militar inició una campaña alrededor de las ideas de paz, justicia y libertad para todos. Se estableció un tipo de militarismo reformista, a través del cual se promovieron el desarrollo económico y las reformas sociales de la mano del ejército y la iglesia. Sin embargo la violencia aumentó y así mismo se intensificó la represión y el éxodo del campo a las ciudades.

Tres características pueden identificarse durante este período: primero, inicialmente un abierto y decidido apoyo del bipartidismo al general; segundo, una estrategia claramente populista a través de la cual Rojas Pinilla intenta ganar la simpatía del pueblo, desarrollando para ello obras de carácter popular y logrando cierta independencia frente a los partidos políticos que lo llevan, paradójicamente, a la tercera característica que se traduce en una tensión entre el general y sus antiguos aliados, y, finalmente, a renunciar en mayo de 1957.

En 1958, tras un gobierno ejercido por una Junta Militar transitoria, se instaura el Frente Nacional, una coalición de los partidos tradicionales, liberal y conservador, planteada como una fórmula de solución al régimen autocrático militar que inicialmente se propone ejercer el poder político, al menos durante tres períodos presidenciales. Concebida enteramente por elites de ambos partidos y con el apoyo de la iglesia, gremios económicos y amplios sectores de la prensa -duramente golpeados durante el régimen- esta fórmula contó con otra característica fundamental y que se puede identificar como una constante para

los últimos cien años de historia nacional hasta ese momento transcurridos: la exclusión. Quedaron por fuera otro tipo de perspectivas ideológicas, movimientos sindicales urbanos, agremiaciones rurales y, en general, puntos de vista que tuvieran posiciones diferentes a las de los partidos oficiales. Esta fórmula se prolongó por cuatro periodos presidenciales con gobiernos de coalición bipartidista, se distribuyeron ministerios y la burocracia de las tres ramas del poder público hasta 1974.

COMUNICACIÓN ENTRE LA GUERRA (1914 – 1945)

Este es un período que se caracteriza por el enfrentamiento entre las potencias que venían conformándose en los últimos 50 años. Dos guerras mundiales que aplicaron fuerza física y mecanismos ideológicos de degradación; una fuerte crisis del sistema capitalista, revoluciones con ánimo de expansión mundial. Se abre la fisura de la democracia liberal y la respuesta fascista de un nuevo orden mundial. Enfrentamiento entre fascismo y comunismo que logra una amplia manifestación popular mientras que los valores y las tradiciones europeas de los últimos cien años se vienen al suelo. Se comienza a fraguar un modelo de enfrentamiento polarizado en ámbitos sociales que anticipó el marco de la situación actual.

De esta forma, estas nuevas clases populares, masas, habrían sufrido una transformación sustancial con los diferentes factores de inclusión en la vida del consumo: participación política, crecimiento económico, formación académica. Por lo tanto la resistencia al viejo orden clásico decimonónico era fuerte al mismo tiempo que reclamaron su propia participación dentro de la construcción de los sistemas políticos y económicos de sus países.

Los elementos populares fueron, junto con nuevos medios de comunicación como el cine y la radio, involucrándose en un enfrentamiento que se encontrará permanentemente durante el siglo XX.

Estas nuevas formas de comunicación masiva lograron un impacto mucho mayor que el alcanzado por la prensa en el siglo anterior. Estos nuevos medios lograron una transformación más violenta que la hasta ahora registrada por los niveles de difusión de la prensa: nuevas formas de interacción que a nivel masivo construyen modelos, gustos, formas de comunicar y que crean rutinas socioculturales totalmente nuevas con un altísimo impacto en términos de consumo.

El cine se ubica a comienzos del siglo XX como el medio de las clases populares, mudo, sin fronteras, con un lenguaje que trasciende y seduce con sus posibilidades estéticas. Incrustar toda su mecánica dentro de las dinámicas industriales lograría convertirlo en uno de los medios de difusión más rentables y por lo tanto de más amplio impacto en el ámbito masivo. De esta forma un medio de comunicación comienza a jalonar otras industrias en la medida en que comienza a ubicarse como modelo de imitación de un amplio público asalariado.

De otra parte a radio comenzará su aparición hacia la década del 20 aunque todo el desarrollo de su tecnología provendría de las últimas décadas del siglo

XIX. En relación al cine, la radio resulta ser un medio con unas características más convenientes para los procesos socioeconómicos y políticos que el mundo venía atravesando: la posibilidad de atención permanente, la característica de llegar a múltiples lugares en el mismo instante y la rapidez hicieron de ésta una de las tecnologías de comunicación más utilizada por los gobernantes dentro de sus dinámicas de conflicto.

Las características de estos nuevos sistemas o soportes de comunicación hicieron que la prensa perdiera su posición hegemónica como medio de difusión. A esta situación se deben sumar algunos excesos en el manejo de la información durante la Primera Guerra mundial, lo que ocasionó una notable crisis de credibilidad. Sin embargo la prensa continuó siendo un medio de gran difusión y de crecimiento relativo al crecimiento económico, demográfico y capacidad adquisitiva de cada región.

Otro de los elementos de gran importancia dentro del desarrollo de los procesos de comunicación en este período es la creación de la propaganda. Son de amplio conocimiento los mecanismos informativos desarrollados durante la Primera Guerra Mundial por los países en conflicto tendientes a conducir a la opinión pública hacia los intereses gubernamentales.

En general, las nuevas condiciones de la población en relación a su distanciamiento con los antiguos regímenes, la continúa migración a las ciudades el crecimiento que esto implicaba y el desarrollo de nuevos mecanismos y dispositivos de comunicación hicieron que la propaganda fuera una excelente oportunidad para la persuasión al consumo de unos modelos contruidos que de alguna forma dignificaron los sueños de unos sectores cada vez más empobrecidos.

Dentro de estas condiciones y en el periodo entre guerras para 1929 Paul Joseph Goebbels como Primer Ministro de información y propaganda de la Alemania nazi, elaboró una estrategia de propaganda para el triunfo de las elecciones. Este personaje que creía profundamente en las cualidades de los medios a su alcance: radio, cine, prensa, introdujo la ideología del régimen nazi en la conciencia de la población uniéndola con prácticas y eslogan que fueron apropiados por la población asegurando el triunfo del partido. Una vez se logra la conquista del poder se deberá desencadenar una serie de prácticas para el control social, dominio de la población y eliminación de cualquier duda sobre el gobierno y sus instituciones.

En general la propaganda se convierte en uno de los sistemas más seguros para lograr la tranquilidad de regímenes políticos y sistemas económicos; el manejo de la decisión de las masas se puede definir con la importante ayuda de los medios, pero se debe orientar la atención hacia la formación, educación, y prácticas sociales. Así, en muchos casos la propaganda de estas primeras décadas irrumpe para entregar colectivamente sueños y esperanzas en medio de la com-

plejidad de los conflictos. Se plantearon entonces tres diferentes formas de manejo de información asociadas a unos modelos políticos: fascismo, democracias y nuevo estado soviético.

Durante la Segunda Guerra Mundial la comunicación de masas se reorientó en función de los intereses de la propaganda y el manejo de la información con un tono de verdad que intentaba acercarse a una propuesta de objetividad. Los Aliados pretendieron hacer un tipo de propaganda que se denominó «blanca» en la cual intentaron no adicionar a las noticias detalles o circunstancias. Por el contrario encontraron que describiendo y caracterizando faústicamente los bandos, tanto las bondades de los aliados y las patologías ilimitadas de japoneses y alemanes tendrían un mayor impacto en las emociones de sus audiencias. Los documentales norteamericanos son ejemplos de estas producciones y luego la entrada de Hollywood con la participación de sus estrellas en filmes educativos y producciones dramáticas en el escenario del conflicto.

De otra parte los alemanes tuvieron menos suerte en la década de los 30. Se encontraron con un debilitamiento de los ánimos que impidió que el mismo modelo usado años atrás funcionara. La estrategia de propaganda no contó con una nueva topografía del conflicto en la que los países tienen nuevas lógicas, el transcurso de la guerra generan nuevas formas de percibir la información sobre los bandos. Allí se debilitaron ampliamente complicando la situación con una actitud defensiva en el discurso propagandístico que intentó desprestigiar a los aliados quienes tenían estrategias más fuertes y con altos niveles de credibilidad.

La radio fue una herramienta importante durante este periodo, su utilización comercial desde la década de los 20s se había popularizado en Norteamérica y Europa. Sus características la hacían un medio de amplia cobertura. Se destacó en este periodo una mayor credibilidad de parte de los aliados específicamente de las emisiones de la BBC Británica. Un manejo de la información más ecuánime, emisiones en casi 30 idiomas y un tono austero la dejaron como una de las más escuchadas en el periodo. Los norteamericanos, por su parte, intervinieron con una emisora que sirvió de dispositivo de difusión en favor de América en todo el mundo.

Apareció en este periodo una estrategia que se denominó propaganda negra, consistía en emitir información que no era real ocultándose bajo identidades también falsas. El objetivo era confundir a la población y fue utilizado indistintamente por los bandos. Otra actividad que cobra gran importancia y que venía desarrollándose desde finales del siglo XIX es la reportería de guerra. Para 1945 la categoría de corresponsal de guerra estaba institucionalizada.

EL PROCESO DE MODERNIZACIÓN

Como una consecuencia de la Segunda Guerra Mundial los sucesivos gobiernos de los Estados Unidos ponen en marcha diferentes estrategias para contener

la expansión ideológica comunista en el continente americano. De esta forma, América Latina recibe empréstitos que vienen acompañados de fuertes medidas de protección reforzadas con altos componentes de productos culturales provenientes de las grandes industrias de la cultura norteamericana. Así, dentro del mercado latinoamericano de bienes simbólicos aumenta la oferta de productos que imponen modelos culturales muy diferentes a las condiciones propias de cada país. La noción de progreso que toma fuerza en las ciudades está atravesada por el consumo, tanto de bienes simbólicos como de nuevas tecnologías y modelos de vida creados para sociedades diferentes a las nuestras. Se promueve una noción de país en la que las nacientes masas de obreros se ven excluidas de los procesos de modernización, en gran medida por su bajísima capacidad de inserción en las dinámicas de consumo.

La oferta cultural muestra una tendencia en la que se legitima y estimula el consumo de productos provenientes de fuera del país en detrimento de prácticas y expresiones populares que en adelante fueron asociadas a atraso y mal gusto, lo cual se puede constatar en los contenidos tanto del cine como de la radio de la época. Así, a través de los nacientes medios de comunicación- y tras ellos de la consolidación progresiva de una sociedad de masas- como la radio y el cine se abren las puertas al consumo de cine norteamericano, mexicano y argentino; igualmente sucede con la música y posteriormente con la televisión. Las clases medias se van ajustando a patrones de vida foráneos y las clases obreras se convierten en objetivo de mercado de productos como cigarrillos, cerveza, rancheras y radionovelas.

De otra parte, se puede destacar que si bien el desarrollo de la modernización en Norteamérica y Europa ocurrió dentro de un orden y con unas etapas coherentes con sus propios procesos desde comienzos del siglo XIX; en contraste, en los países latinoamericanos, aún a mediados de este siglo, predominaba una mentalidad rural, para el momento en que arribaron artefactos como el tren, el telégrafo, el teléfono, el avión, el cine, la radio, y la televisión, entre otros.

Jesús Martín Barbero⁴ identifica en relación con este proceso de modernización en los países latinoamericanos un desarrollo en tres aspectos: el primero tiene que ver con la conformación de los Estados Nación y la configuración de la identidad nacional en un contexto en donde los regionalismos acaparaban la mentalidad de los pueblos; segundo, la forma como las clases populares se incorporaron a la vida política y a la formación de los países; y tercero, la irrupción metódica de los ideales capitalistas, desarraigando de manera violenta los valores rurales que existían hasta el momento. En este proceso los medios de comunicación desempeñaron un papel activo en cuanto a la nacionalización y modernización de las masas populares y se constituyeron en el instrumento a través del cual las naciones latinoamericanas se insertaron dentro del panorama mundial.

Entre 1930 y 1950 se desarrollan diversos procesos para lograr la consolidación de la noción de identidad nacional en torno a la idea de nación. Así, «la eficacia como

el sentido social de los medios hay que buscarlos más que del lado de su organización industrial y sus contenidos ideológicos, en el modo de apropiación y reconocimiento que de ellos y de sí mismas a través de ellos hicieron las masas populares»⁵.

Los medios de comunicación serán, entonces, «mediadores, a su manera, entre el Estado y las masas, entre lo rural y lo urbano, entre las tradiciones y la modernidad, los medios tenderán cada día más a constituirse en el lugar de la simulación y la desactivación de esas relaciones»⁶.

Tenemos entonces un escenario del que emergen otro tipo de tensiones en torno a la modernidad: tradición e innovación, culturas populares y alta cultura, inclusión y exclusión. Así, los medios resultan de gran utilidad para legitimar el poder hegemónico que controla los contenidos y su sentido, reproduciendo de forma masiva unos modelos muy “convenientes” sobre cultura y conocimiento.

VALORACIÓN DE LA MUESTRA⁷

Teniendo en cuenta los ejes de análisis planteados para la investigación, se realizará a continuación una caracterización de las variables identificadas para cada eje. El propósito de este ejercicio es identificar las principales características de la muestra para posteriormente abrir una reflexión sobre las características de la producción informativa actual.

Ejes	Categoría	Cantidad	Títulos
Medios-Nación	Elaboración de una noción de integración	6	1. Inauguración del Hipódromo San Fernando. (1942) 2. Primera Exposición Agropecuaria de Ibagué (1946) 3. Girardot (1950) 4. (Por hoja de luces) Hacienda San Cayetano, Samacá, Boyacá (1950) 5. Feria Exposición Nacional Neiva (1955) 6. Carnaval de Barranquilla (1951)
	Política como ente integrador. (Construcción de elementos simbólicos de patria.)		1. Varios 1941 – 1942 2. Regreso al país del doctor Laureano Gómez (1944) 3. La semana de la democracia en Bogotá (1945) 4. Graduación de marinos en Cartagena (1946) 5. Regreso del presidente electo, doctor Mariano Ospina Pérez a Bogotá (1946) 6. Transmisión del mando presidencial 7 de agosto de 1946 7. Partida del presidente electo de Colombia, Dr. Mariano Ospina Pérez Para los EEUU (1946) 8. Noticiero Colombia (1949)

	Construcción de referentes simbólicos de nación en contraste con las culturas foráneas	7	<ol style="list-style-type: none"> 1. Excmo. Sr. Manuel Prado Ugarteche Presidente del Perú visita a la República de Colombia. (1941) 2. El Excmo. Sr. Manuel Prado Ugarteche Presidente del Perú visita a la República de Colombia (segunda etapa) (1941) 3. Visita a Colombia del Excelentísimo Señor General Isaías Medina Angarita, Presidente de los Estados Unidos de Venezuela 4. Visita de la Armada peruana a Cartagena (1944) 5. De Cartagena a Cumaná (1944) 6. Paralelas de Acero (FFCC del Ecuador, Fragmentos) (1946) 7. República del Ecuador (1946)
	Exaltación de una nueva identidad de lo nacional construida sobre las nociones de progreso, industrialización y transformación de la vida cotidiana	4	<ol style="list-style-type: none"> 1. Inauguración del Hipódromo San Fernando. (1942) 2. Carnaval de Barranquilla (1951) 3. Primera Exposición Agropecuaria de Ibagué (1946) 4. Noticiero Colombia (1949)
Medios Cultura	Fortalecimiento de ideologías hegemónicas	5	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cincuentenario Salesiano (Fragmentos) (1941) 2. Revista de Gimnasia 1946 3. La semana de la democracia en Bogotá (1945) 4. Noticiero Colombia (1949) 5. Transmisión del mando presidencial 7 de agosto de 1946
	Diferenciación entre culturas populares y cultura de elite	19	<ol style="list-style-type: none"> 1. Corridos Varias (1942-1946) 2. Conchita Cintrón en Bogotá (1944) 3. Revista de Gimnasia 1946 4. Noticiero Colombia (1947) 5. Corridos Varias (1948) 6. Corridos varias (1948) 7. Bellezas de Colombia en Cartagena (1949) 8. Noticiero Colombia (1949) 9. Carnaval de Barranquilla (1951) 10. Varios 1943 11. Conchita Cintrón en Bogotá (1944) 12. Corridos Varias (1942-1946)

			<ul style="list-style-type: none">13. Varios 194314. Bellezas de Colombia en Cartagena (1947)15. Corridos varios (1948)16. Bellezas de Colombia en Cartagena (1949)17. Noticiero Colombia (1949)18. Carnaval de Barranquilla (1951)19. Trailer Carnaval de Barranquilla (1951)
	Eventos que sirven para dignificar el talento nacional	2	<ul style="list-style-type: none">1. Varios 1947-19502. Colombia y México unidas por una estrella. (1949)
Medios modernidad	Industrialización	12	<ul style="list-style-type: none">1. Urbanización Ospina Pérez (1942-1946)2. Exposición Nacional de Medellín (1944)3. Varios 1944 – 19454. Inauguración de la Industria Colombiana de Llantas S.A. Icollantas (1945)5. Exposición de ganado Holstein (1946)6. Un acontecimiento histórico trascendental (1946)7. 1a. Gran Carrera Automovilística del Circuito Central Colombiano (1949)8. Ganados de pura raza cebú (1949)9. Girardot (1950)10. Fábrica Eternit Colombiana S.A. (1950)11. Carnaval de Barranquilla (1951)12. La Corporación de Defensa de Productos Agrícolas (INA) (1953)
	Consumo	10	<ul style="list-style-type: none">1. Urbanización Ospina Pérez2. Exposición Nacional de Medellín (1944)3. Inauguración de la Industria Colombiana de Llantas S.A. Icollantas (1945)4. Exposición de ganado Holstein (1946)5. Un acontecimiento histórico trascendental (1946)6. 1a. Gran Carrera Automovilística del Circuito Central Colombiano (1949)7. Ganados de pura raza cebú (1949)8. Fábrica Eternit Colombiana S.A. (1950)9. La Corporación de Defensa de Productos Agrícolas (INA) (1953)10. Primera Exposición agropecuaria (1954)

Medios modernidad	Diferenciación entre culturas moderna y cultura premoderna	17	<ol style="list-style-type: none">1. Exposición de ganado Holstein (1946)2. Ganados de pura raza Cebú (1949)3. Algunos accidentes de tránsito causados por culpa de los peatones.4. De Cartagena a Cumaná5. Alas de Colombia (1944)6. Exposición Nacional de Medellín (1944)7. De Cartagena a Cumaná (1944)8. Mares y marinos de Colombia9. Inauguración de la Industria Colombiana de Llantas S.A. Icollantas (1945)10. 1a. Gran Carrera Automoviliaria del Circuito Central Colombiano (1949)11. La Corporación de Defensa de Productos Agrícolas (INA) (1953)12. Primera Exposición Agropecuaria (1954)13. Ganado de pura raza cebú (1950)14. Hipódromo de San Fernando (1942)15. Feria de Exposición16. Bellezas de Colombia en Cartagena (1974) y (1949)17. Carnaval de Barranquilla (1951)
----------------------	--	----	--

Cuadro No. 1 de distribución de la muestra en categorías de análisis.

ARCHIVO HISTÓRICO CINEMATOGRAFICO COLOMBIANO DE LOS ACEVEDO (1940 – 1960)

EJE DE MEDIOS – NACIÓN

Representación de diferentes sectores sociales a nivel regional

Encontramos siete notas informativas en las que predomina el interés por mostrar diversas manifestaciones de las regiones: Medellín, Barranquilla, Neiva, Girardot, Ibagué y Samacá son algunos de los lugares registrados en los que se reportan hechos de interés con diferentes características como inauguraciones, ferias de exposición, conmemoraciones, lo cual demuestra un interés particular por la inclusión de la noción de región dentro del proyecto de Nación.

POLÍTICA COMO EJE INTEGRADOR

Estos documentales informativos, nueve en total, fueron contratados por el Estado, o por la Dirección Central de cada partido (liberal o conservador). Los podemos agrupar en dos tipos: la presentación de las fuerzas armadas y las manifestaciones políticas populares en torno a hechos políticos noticiosos.

En cuanto a las primeras, se mostraba tanto la capacidad humana como técnica y los alcances de las fuerzas navales y aéreas colombianas: se hicieron descripciones muy completas de entrenamientos, tecnología, simulacros de batallas y su participación en eventos de índole latinoamericano.

En cuanto a eventos de carácter político, los Acevedo registraron hechos como *La semana de la democracia en Bogotá* con Jorge Eliécer Gaitán a la cabeza, la llegada de Laureano Gómez de Estados Unidos en 1946, la transmisión del mando presidencial en el mismo año, la visita de algunos mandatarios latinoamericanos a nuestro país, entre otros. En este punto se identificaron algunas características relevantes: primero, el registro idealizado de los líderes políticos; segundo, el registro de planos generales hechos a las multitudes que vitorean vigorosamente a sus ídolos; tercero, se reproducen los discursos de los protagonistas de las notas; cuarto, el tono vehemente del locutor que reitera los planteamientos predominantes de los discursos políticos con un ánimo nacionalista, haciendo en especial énfasis en las cualidades y atributos de los personajes al servicio del país; quinto, los ámbitos público y privado son referenciados el primero con las clases populares y el segundo con las elites.

Los registros de las clases populares se hacen en las plazas públicas en torno a eventos políticos. Por el contrario, los registros de la clase dirigente, además de ilustrar sobre la relevancia de su papel en la vida política pública, se hacen en espacios privados como casas y clubes privados en los que los primeros planos advierten sobre la opulencia, la moda, la belleza, en contraste con las imágenes de la calle.

CONSTRUCCIÓN DE REFERENTES SIMBÓLICOS DE NACIÓN EN CONTRASTE CON CULTURAS FORÁNEAS

Aquí se identificaron documentales informativos en los que predomina la exaltación de una nueva identidad nacional, construida sobre las nociones de progreso, industrialización y transformaciones de la vida cotidiana. Así, encontramos fragmentos con visitas de presidentes latinoamericanos a nuestro país, visitas de miembros de las fuerzas armadas provenientes de otros países latinoamericanos, visitas de miembros del gobierno colombiano a otros países. La manera como se construyen los documentos, montaje, características de los planos -generales para panorámicas y primeros planos para los personajes principales-, sonido, tiempo, muestran el gran interés de los gobiernos colombianos por reforzar en la población nacional una idea muy favorable sobre el desarrollo e industrialización, en contraste con las características de otros países vecinos.

Vale la pena destacar que los textos leídos por el locutor refuerzan el contraste de las condiciones del país antes y después de iniciar los procesos de modernización, el tono fuerte y vehemente -a veces impostado- impresiona por sus excesi-

vas adulaciones a los gobernantes de turno. Adicionalmente se debe destacar que son fragmentos realizados entre 1941 y 1946, en su gran mayoría pagados por los gobiernos (Eduardo Santos, Alfonso López Pumarejo, Alberto Lleras Camargo y Mariano Ospina Pérez).

EJE MEDIOS – CULTURA

Fortalecimiento de ideologías hegemónicas

Se podría afirmar que casi la totalidad de los documentos realizados por encargo de los gobiernos nacionales del período analizado refuerzan un discurso hegemónico partidista y excluyente. Todos evidencian una preocupación por mostrar que los diversos aspectos de la vida nacional eran objeto de interés gubernamental: educación, higiene, salud, obras públicas, desarrollo y progreso. Predominan las imágenes sobre las ciudades como centros de desarrollo en contraste con las pocas imágenes del campo y sus dinámicas cotidianas. Las imágenes que registraron sobre el campo están asociadas a grandes haciendas, exposiciones agropecuarias y ferias y fiestas populares. Esta característica coincide con la valoración del primer eje descrito arriba en que se evidencia una preocupación oficial por incluir a las regiones en la construcción de la idea de nación.

Diferenciación entre cultura de elite y cultura popular

Los noticieros de los Acevedo hacen una distinción evidente entre la cultura de elites y la cultura popular. Se pueden identificar tres factores característicos en los documentales; en primer lugar, como ya se anotó, una clara ubicación en escenarios diferenciados – ámbitos privados para las clases altas y ámbitos públicos para las manifestaciones populares-; en segundo lugar, por lo general eran las clases altas quienes solicitaban el registro de una actividad y, también, quienes podían financiarla. Por ello, llama la atención que tengamos registros sobre aspectos de la vida privada de los primeros - actividades de su vida cotidiana- como revistas de gimnasia de los colegios, cócteles, bailes; mientras que de los segundos tan sólo disponemos de imágenes sobre actividades colectivas y anónimas - carnavales, fiestas, corridas de toros, competencias de caballos-, en las que no hay individualización en aspectos como moda, costumbres, vocabulario, gesticulación, por lo general se ven actitudes de carácter masivo. Adicionalmente vale la pena destacar en este punto que no sólo el tratamiento de las imágenes reflejó esa necesidad de distinción entre estos dos grupos sociales; ocurrió de igual forma con los textos leídos por el locutor del documental, quien tanto en su tono como en el tipo de lenguaje seleccionado, marcaba muy bien las diferencias casi siempre utilizando adjetivos peyorativos para las masas populares y de adulación para las

élites. A continuación, en el Cuadro No. 2, se hace una breve descripción de las características diferenciadas más importantes de los documentos informativos en cuanto a esta diferenciación.

Alta Cultura	Cultura Popular
Descripción individual y personalizada de cada uno de los asistentes y de sus familias	Las masas eran completamente anónimas.
Utilización de calificativos cargados de orgullo y adulación para referirse a ellos asociando este tipo de vida con la colombianidad moderna	Utilización de calificativos peyorativos y displicentes en los que se hace alusión permanente a un estado primitivo y básico de las clases populares.
Utilización de un lenguaje construido en términos de superioridad como «la alta sociedad bogotana, sonriente, mira con sorpresa a la multitud».	Utilización de un lenguaje construido en términos de inferioridad como «el pueblo siempre grita y ovaciona a sus dirigentes».
Los planos que utilizan siempre destacan la enorme distancia entre estos grupos sociales. De otra parte, los planos de las actividades registradas con mucha frecuencia intercalan planos generales con primeros planos de los protagonistas en cócteles, ceremonias, bailes de gala, almuerzos, grados, revistas de gimnasia, en los que se puede apreciar moda, gestos, hábitos de consumo, buen gusto.	Los planos de clases populares se hacen generales y con frecuencia se muestran en actividades de aprobación de carácter político. De igual forma, cuando se muestran registros de fiestas populares, los planos son generales y la imagen que se transmite es de desorden y descontrol.

Fuente: Archivo de los Acevedo

En tercer lugar, es importante destacar que predomina la ciudad como escenario privilegiado para mostrar los contrastes anteriormente identificados. Plazas públicas, plazas de toros, palacios de gobierno, centros de comercio son los escenarios en los que ocurre la transformación de las masas hacia una vida moderna de consumo.

EJE MEDIOS – MODERNIDAD

Industrialización

Los noticieros de los Acevedo mostraron cómo, gradualmente, el país fue iniciando un proceso complejo de inserción en el capitalismo. Las imágenes de los documentos reflejan esa complejidad: un país donde predomina la población campesina, con un nivel de vida similar al de cien años antes – un gran porcentaje de la población en la miseria, pocos con regulares niveles de vida y muy pocos, los

dueños de la tierra, elites políticas y círculos reducidos de poder, con niveles de vida muy altos en que predominaban el ocio y la opulencia. En ese contexto, las imágenes de los noticieros, de forma gradual, van mostrando, desde mucho antes del período seleccionado para este análisis (casi desde la década del veinte) cómo irrumpen nuevas lógicas de producción que conllevaron a que los antes campesinos y después obreros asalariados y empleados, se inventaran su particular manera de vivir esas transformaciones. Ahora, convertidos en obreros y empleados, dando forma a las emergentes sociedades masivas de consumo, debían ajustarse a un nuevo modelo de nación.

Paradójicamente las imágenes de carácter informativo no mostraron los procesos en que los ciudadanos tuvieron que hacer, de forma solitaria, su ajuste a este nuevo modelo. Las imágenes mostraron un aspecto diferente: los procesos de producción y la tecnología adquirida para la fabricación de llantas, medias, tabaco, café, tejas, gaseosas, etc. Los primeros planos de las imágenes se concentraron en las máquinas intentando representar el paso acelerado de la nación hacia el progreso.

Como antes se ha mencionado, la gran mayoría de estos documentos fueron pagados, tanto por las empresas privadas como por el Estado: Eternit, Comité Turístico de Barranquilla, Icollantas, Compañía Colombiana de Tabaco, Coltejer, Ministerio de Desarrollo, las alcaldías y otros entes, contrataban los servicios de los Acevedo para filmar las instalaciones de las fábricas y sus procesos, para así contribuir con la difusión masiva de una imagen de progreso. Así, ocurre un fenómeno que se debe destacar, el progreso se divulgó de forma masiva a través de medios como la radio y el cine, pero no se tradujo en bienestar para las grandes mayorías de la población.

De esta forma, la modernidad fue registrada por los Acevedo, testigos de los nuevos procesos de producción, utilizando alusiones frecuentes de contraste entre características propias antes y después del progreso —progreso asociado a uso de tecnología y no a desarrollo social—. Adicionalmente, reforzaron sus imágenes con narraciones de locutores cargadas de calificativos en las que se exaltaban los propósitos de este progreso alineado con el gran proyecto oficial de nación.

CONSUMO

La muestra deja ver que el consumo se propone como la estrategia más potente para la inclusión de las grandes mayorías dentro del proyecto de construcción de Nación. Los procesos de consolidación de las nacientes industrias se trasladaron al campo de la cultura, la higiene y la educación. Sin embargo, se puede resaltar que los productos de mayor aceptación e impacto para este período provenían de industrias foráneas: el cine trajo modelos norteamericanos, mexicanos y argentinos. De la misma forma ocurrió con la moda; se impusieron modelos estéticos que imitaban imágenes construidas por el «Star Sistem» norteamericano

y las divas mejicanas dieron ejemplo con sus impetuosos estilos aguerridos y directos. En cuanto a la música, se difundieron géneros como el bolero, el tango y las rancheras que dejarían unas improntas culturales muy fuertes en las grandes multitudes consumidoras.

De esta forma, los modelos transmitidos y reforzados por los medios de comunicación, propios de la naciente y moderna cultura colombiana fueron: las dinámicas de consumo sustentadas por la imitación de aparente bienestar. «Parecer» fue la consigna de los habitantes de unas ciudades que veían ante sí cómo se abrieron tiendas en las que se comercializó gran parte de los artículos que estas corrientes impusieron.

Adicionalmente, las imágenes de los Acevedo registraron cómo se inició el crecimiento de incipientes soluciones de vivienda para clases medias y obreros; sin embargo sus oportunidades de participación dentro de las dinámicas de consumo para otros segmentos de mercado fueron muy reducidas.

LA CIUDAD: ESCENARIO EN CONSTRUCCIÓN

Las ciudades descritas por los Acevedo muestran también la polarización en términos del consumo, por lo tanto, con un claro mensaje de exclusión: los que pertenecen, que tienen el modelo de vida adecuado, buen gusto, buenas costumbres, moda, higiene – «la inmensa minoría»; y los que quieren pertenecer: trabajadores asalariados, obreros y, en general clases medias que estaban al servicio de los primeros, y que –al mismo tiempo- también constituían sus potenciales mercados.

La muestra registra la forma cómo los acontecimientos relevantes ocurren en las ciudades, el campo- y todas las problemáticas sociales, económicas y políticas que allí ocurren- se invisibilizan por completo. La ciudad, tanto en la muestra informativa como en la comercial, es el escenario por excelencia de todo evento cultural, político e industrial del país. En los documentales se puede ver cómo «la ciudad recupera su lugar protagónico frente al campo: Bogotá como centro administrativo e industrial, Medellín como centro industrial, Cali, Barranquilla y Bucaramanga como centros regionales.»⁸

En los noticieros de los Acevedo se puede notar esa importancia de la urbe, en las imágenes de sus calles, de la gente que transita por ellas, en los automóviles, en la presentación de los edificios y las casas modernas. En los cuarenta se puede ver la cimentación de los edificios públicos, hipódromos, estadios, que intentan trasladar las tendencias norteamericanas. Mientras que en los cincuenta se muestra cómo se desarrollan las urbanizaciones obreras, las autopistas, y en general, se construye la ciudad de Bogotá siguiendo las órdenes del Plan Piloto de Le Corbusier⁹.

De esta forma, las imágenes analizadas casi siempre dejan ver, en segundo plano, un edificio en construcción, una carretera a medio hacer o un monumento

en restauración, síntoma de la entrada acelerada del país en la industrialización y el progreso.

EJE MEDIOS – MASIFICACIÓN

Diferenciación entre cultura moderna y cultura premoderna

El análisis de los documentales, dentro de esta categoría, muestra cómo los Acevedo hicieron visible una tensión muy fuerte entre lo que se constituía como el sueño de unos pocos -el ideal de nación- en contraste con las condiciones de aquellos que estaban siendo conducidos y que aún se encontraban sumidos en un mundo en el que sus condiciones precarias, premodernas, emergían como el impedimento más fuerte para el avance. Sin embargo, fueron inevitablemente arrastrados, víctimas de su propia ignorancia y seducidos por un sueño muy difícil de alcanzar.

Así, se puede ver en los registros visuales analizados cómo se inicia una reelaboración del carácter simbólico de la vida social, teniendo en cuenta que la vía más potente hacia la transformación consistía, paradójicamente, en divulgar de forma masiva los avances progresivos que se iban forjando con el paso del tiempo. Las dos décadas que hemos revisado dan muestras de cómo se insertan en la vida cotidiana artefactos que cambian las prácticas sociales y culturales, pero que, en estricto sentido, no cambian las condiciones de calidad de vida de los ciudadanos. Claro, se evidencia su fuerte disposición hacia el consumo, lo cual, en todo caso, contribuyó a aliviar, de una parte la profunda crisis política que el país estaba atravesando, y de otra contribuyó a afectar las economías domésticas básicas.

Tenemos cuatro piezas documentales que resultan representativas en el contraste mencionado, tres con escenarios rurales y una urbana. Esta diferenciación entre la cultura premoderna y la moderna, además de estar plasmada de forma contundente en imágenes, es nuevamente reforzada con el recurso del locutor que permanentemente reitera las cualidades de la vida moderna y sus efectos en la construcción de un país nuevo y mejor. Estos textos se caracterizan por su entusiasmo y por su tono magistral pues se están entregando indicaciones para vivir en un mundo diferente: las ciudades.

En el fragmento *Algunos accidentes de tránsito causados por los peatones* de 1941, financiado por el Departamento de Circulación y Tránsito, en el que se proponen dar indicaciones sobre cómo convivir con los automóviles en la ciudad se pueden identificar algunos aspectos relevantes: el estado precario aún de la vía pública, las características y actitudes de sorpresa de quien va conduciendo, las muy primitivas reacciones de los peatones y formas de relación con el automotor; aunque la nota cumple una clara función pedagógica, está realizada en un lenguaje de comedia. Adicionalmente vale la pena destacar la iniciativa oficial por utilizar el soporte cinematográfico para una tarea que a comienzos de los cuarenta resultaba bien compleja: reorganizar la sociedad y adaptarla a una nueva topografía urbana.

CONCLUSIONES

El análisis de los cuarenta y nueve fragmentos realizados por los Acevedo entre 1940 y 1960 nos muestra las siguientes constantes: primero, la reiteración de un discurso excluyente de proyecto de nación concebido por las elites; segundo, la imagen de ciudad como escenario de la modernidad y, tercero, llama la atención que en un período tan convulsionado no existan registros sobre conflicto de las diferentes problemáticas asociadas a «La Violencia» colombiana correspondiente al mismo período.

Estas constantes se hicieron evidentes dentro de las características generales identificadas en la muestra: la disposición a mostrar imágenes que incluyen la noción de región dentro del proyecto de nación, la transmisión de eventos sociales, políticos y militares que contribuyeron a reforzar, de igual forma, esa imagen de nación, las demostraciones de “nuestra” fortaleza militar, la fijación de figuras políticas y del espectáculo como agentes de identidad nacional; de otra parte, la construcción de referentes simbólicos de nación en contraste con culturas foráneas, el fortalecimiento de ideologías hegemónicas y la clara diferenciación entre culturas de elite y culturas populares; expresiones de industrialización y consumo, la abierta diferenciación entre cultura moderna y cultura premoderna y, finalmente, la construcción de la ciudad como escenario por excelencia de todo evento cultural, político e industrial del país.

El comportamiento de las características de la muestra da cuenta de lo propuesto por John. B. Thompson cuando expone que los medios plantean nuevas formas de visibilidad. Por lo tanto, en esta muestra claramente podemos valorar el tipo de bienes simbólicos que se reproducen para un país que está construyendo su entrada a la modernidad y en el que las ideologías hegemónicas se reproducen con una clara intención de ordenamiento.

El mundo latinoamericano debe enfrentar, en términos culturales, y dentro de los procesos de masificación una gran contradicción que consiste en contraponer las características de los aspectos relativos del pueblo y lo popular, a las características de lo moderno como si fueran esencialmente características de las elites letradas. Esta condición se refleja en los contenidos de los medios de comunicación, en donde el pensamiento moderno calificado como culto, señala como inapropiada cualquier manifestación proveniente de sectores populares. Entonces lo popular se convierte en una forma simbólica de resistencia que polariza aún más las diferencias y evidencia la exclusión. En consecuencia, los medios de comunicación inician un proceso de identificación de conceptos como higiene y consumo, lo «bueno» y lo «culto», manifestaciones populares y mal gusto, ciudad y progreso, educación y desarrollo.

Debemos tener en cuenta que las condiciones de producción de los fragmentos revisados fueron muy precarias. Los Acevedo, que habían producido noticie-

ros desde la década del veinte- Noticiero Nacional y Noticiero Cineco- lograron entretener a los incipientes públicos a través del registro de los aspectos más generales de la vida de las principales ciudades del país. Así, para las décadas de los cuarenta y cincuenta habían utilizado el formato cinematográfico como un dispositivo en el que revelaban los aspectos positivos del país, adquirieron compromisos de carácter comercial e institucional que los llevaron a poner al servicio de intereses políticos y económicos toda la experiencia que hasta ese momento acumularon.

Así, la función de divulgación y de orientación de los nuevos ciudadanos que se inició con la difusión de estos mensajes, progresivamente se fue consolidando como agente de pedagogía y entretenimiento. Los ciudadanos de la década del veinte se maravillaron con las imágenes en movimiento de sus propias ciudades en crecimiento, de igual manera seguiría ocurriendo para las décadas siguientes. Teniendo en cuenta que los procesos de migración del campo a la ciudad fueron constantes y crecientes durante el período seleccionado (1940 a 1960), la función de entretenimiento que cumplían estas muestras cinematográficas se fue consolidando. El efecto mágico del soporte cinematográfico adquirió mayor envergadura cuando, adicionalmente, las imágenes que se registraban reprodujeron las maravillas del mundo moderno. La distancia, por lo tanto, entre la realidad de estos públicos y los procesos de modernidad idealizados por las elites fue mayor.

Abiertamente los Acevedo mantuvieron un apoyo visible y un importante compromiso con los gobiernos liberales durante los treinta y hasta mediados del cuarenta. Este compromiso es evidente en las características identificadas de la muestra documental. Sin embargo, adicionalmente a este compromiso ideológico, se puede detectar en la muestra el desarrollo de un genuino sistema de creencias alrededor de la práctica del registro que dieron sentido y proyección a su actividad casi hasta finales de la década del cincuenta. Esto también puede constatarse en la frecuencia con que fueron contratados y que da muestra del grado de aceptación y confianza que proyectaban en la sociedad. Las imágenes que representaron los Acevedo durante al menos dos décadas dan cuenta de la potente acción que desarrollaron los medios en la vida social nacional y que explican la legitimación de sus ideologías profesionales.

Lo anterior nos lleva a describir unas lógicas de registro que, salvo por el paso del cine silente al sonoro finalizando la década del treinta, fueron muy básicas en su concepción técnica y de gramática visual. Persistió, tanto en las notas informativas como en las comerciales una mirada subjetiva que, posteriormente con el sonido, reforzó la posición participante del punto de vista seleccionado. No existió la noción del distanciamiento del hecho; por el contrario las imágenes cargan un alto grado de emotividad. Persistieron actitudes profesionales, más llevadas por la intuición, que nos muestran cómo las características de estas ideologías profesionales, al igual que para el caso de la prensa colombiana, difícilmente se pueden desligar de los circuitos políticos.

Esto de alguna manera explica las constantes identificadas dentro de la muestra. Por lo tanto, si existió un compromiso político, los Acevedo reprodujeron magistralmente el discurso sobre el tipo de nación que sus dirigentes tenían en mente, y adicionalmente se deleitaron con los escenarios maravillosos que proporcionaron las ciudades y sus galopantes industrias. Finalmente, a diferencia de otros noticieros que mostraron alguna perspectiva del conflicto como lo hicieron en su momento otras compañías productoras- Ducrane-, los Acevedo no realizaron registro alguno sobre los hechos asociados a la violencia política y social que estaba sufriendo el país.

Teniendo en cuenta que la trayectoria de esta casa productora desde 1923 y hasta 1946 había resultado muy exitosa, lo que ocurre a partir de esta fecha, sin duda, determina las tendencias y los contenidos de la producción hasta 1955. Como se ha mencionado en el desarrollo del trabajo, la producción del período está patrocinada, o bien por la empresa privada o por el sector público, quienes deliberadamente invisibilizaron los aspectos derivados de la crisis política, económica y social de la cual fueron en gran parte responsables. Este aspecto llama la atención porque supone una enorme contradicción: el formato cinematográfico utilizado como vehículo de modernización fue implementado a través de prácticas sociales premodernas al servicio de una visión hegemónica.

Mientras esto ocurría en Colombia, el periodismo internacional se encontraba intentando construir sus auténticas culturas profesionales dentro de las dinámicas de la prensa moderna. Allí se había iniciado un debate fuerte en torno al tipo de trabajo que el periodista debía realizar: en torno a los límites de su participación, a la objetividad y a la fijación de agendas informativas. Estos debates en nuestro país se dieron de forma tardía, justo cuando los problemas internos desbordaron las posibilidades del tipo de periodismo desarrollado, a mediados de la década del setenta.

Como lo han planteado investigadores como María Luisa Humanes y Félix Ortega¹⁰, hoy el periodismo cuenta con un grado de profesionalización que le permite tener conciencia de que comparte una cultura ocupacional; que se ha convertido en una actividad con unas rutinas y normas propias de los procesos de producción informativa, y finalmente, que su alto grado de influencia social le ha llevado a establecer un tipo de relación diferente con el conocimiento, sus agentes productores y sus fuentes, de tal manera que el periodista se constituye hoy en un nuevo productor de conocimientos, lugar ocupado tradicionalmente por los intelectuales.

En Colombia los medios de comunicación han desarrollado procesos con características que se diferencian, en ocasiones positivamente y en otras no tanto, de otros procesos latinoamericanos. Estas particularidades, asociadas a las distintas tensiones de carácter político, económico y social, muestran cómo existe una línea muy difusa entre las esferas pública y privada en cuanto al manejo de

la información periodística: directores de medios con cargos públicos, emporios económicos con el control de la información de carácter público, industrias culturales que imponen modelos de vida, medidas económicas en detrimento de los espacios y canales públicos dando prioridad a los espacios y canales privados, entre muchos otros ejemplos.

Recientemente un grupo de investigadores, liderados por Fabio López de la Roche, realizó una investigación de análisis del discurso periodístico a propósito de la información emitida por los medios sobre el proceso de paz con las FARC en 1999¹¹. La investigación desarrolló tres componentes: radio, prensa y televisión. Vale la pena resaltar una de las conclusiones relativas a la producción periodística de televisión:

Los noticieros, si bien posibilitan los insumos para el proceso de conformación de la opinión ciudadana, han renunciado a una orientación de la opinión, -no en el sentido de su direccionamiento o manipulación, la cual sin duda realizan, muchas veces inconscientemente, presas los periodistas de sus propios desconocimientos, afectos y desafectos, prejuicios y estereotipos-, sino en el sentido de brindar a las audiencias elementos de juicio, de interpretación y no sólo relación de los hechos, de ofrecerle marcos históricos y geográfico-territoriales para una comprensión compleja del conflicto, de introducir elementos de comparación con conflictos similares en otras zonas del planeta, que le den prospección a la mirada ciudadana sobre las posibilidades de solución negociada del conflicto armado colombiano»¹².

Encontramos que las constantes identificadas para la producción informativa y comercial de Los Acevedo entre 1940 y 1960 comparten características con la producción informativa actual: la televisión privilegia la información de entretenimiento, reproduce los discursos económicos y políticos hegemónicos y, por lo tanto, se enfrenta con grandes problemas para cubrir los temas relacionados con el conflicto armado.

Finalmente, la televisión y, en general, los medios de comunicación en Colombia podrían promover reflexiones permanentes sobre el papel que vienen desarrollando en la sociedad durante los últimos cincuenta años, pues los compromisos que han venido adquiriendo durante estas décadas —más cercanos al orden comercial que al interés público— están lejos de contribuir con la transformación del país hacia la reconstrucción democrática y al buen funcionamiento de las instituciones. Al parecer seguimos reproduciendo el mismo modelo de país excluyente y carente de escenarios de participación y debate sobre los asuntos públicos propios del período que comprende este estudio.

NOTAS

- 1 Este artículo hace parte de los resultados obtenidos en desarrollo de la investigación *Historia social de la comunicación en Colombia: radio y cine. 1940-1960*, cofinanciado por el IEPRI y Colciencias en el año 2002 y cuyo asistente de investigación fue Julián Penagos.
- 2 Miembro del grupo de investigación "Ética, Responsabilidad Social y Empresa" de la Escuela de Ciencias Humanas de la Universidad del Rosario. Miembro del grupo "Comunicación, cultura y ciudadanía" del Instituto de Estudios Políticos y Relaciones Internacionales, IEPRI, de la Universidad Nacional de Colombia.
- 3 Ver John B.Thompson: *Los media y la modernidad: Una teoría de los medios de comunicación*. «Paidós Comunicación», Barcelona, ediciones Paidós Ibérica, S.A., 1998.
- 4 Ver Barbero, Jesús. *De los medios a las mediaciones*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S.A., Rosellón: 1998.
- 5 Idem. Pág. 135.
- 6 Idem. Pág. 247.
- 7 Ver Cuadro No. 1 de distribución de la muestra en categorías de análisis.
- 8 Idem, pág. 73.
- 9 Ver Alberto Saldarriaga y Lorenzo Fonseca, <Un siglo de arquitectura colombiana> En *Nueva historia de Colombia*.
- 10 Ver María Luisa Humanes y Félix Ortega: *Algo más que periodistas. Sociología de una profesión*. Barcelona: Editorial Ariel, S.A., 2000.
- 11 Ver AA.VV.: *Rutinas profesionales y discursos hegemónicos en la información periodística sobre conflicto armado y proceso de paz durante 1999*.Manuscrito.
- 12 Idem. Pág. 24 y 25.

BIBLIOGRAFÍA

- BEJARANO, JESÚS ANTONIO: «La economía Colombiana 1946-1958» En: Nueva Historia de Colombia. Tomo V. Economía Café Industria. Bogotá: Ed. Planeta, 1989.
- GUZMÁN, GERMÁN, FALS BORDA, ORLANDO Y EDUARDO LUNA UMAÑA.: *La Violencia en Colombia. Estudio de un Proceso Social*, Bogotá: Carlos Valencia Editores, 1986.
- HUMANES, MARÍA LUISA Y ORTEGA, FÉLIX.: *Algo más que periodistas. Sociología de una profesión*, Barcelona: Editorial Ariel, S.A., 2000.
- LÓPEZ DE LA ROCHE, FABIO, PEÑARANDA, LEANDRO Y CASTELLANOS, NELSON.:< Rutinas profesionales y discursos hegemónicos en la información periodística sobre conflicto armado y proceso de paz durante 1999>, Informe final presentado a Conciencias en 2001 por el Instituto de Estudios Políticos y Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional de Colombia (IEPRI). Manuscrito.
- MARTIN BARBERO, JESÚS: *De los medios a las mediaciones*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S.A., Rosellón: 1998.
- MARTÍNEZ PARDO, HERNANDO: *Historia del cine colombiano*, Bogotá: Editorial América Latina, 1978.

- MORA, CIRA INÉS Y CARRILLO, ADRIANA: Hechos colombianos para ojos y oídos de las Américas. Bogotá: Ministerio de Cultura, 2003.
- SÁENZ ROVNER, EDUARDO: Colombia años Cincuenta. Industria, Política y Diplomacia, Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, 2002.
- SALCEDO SILVA, HERNANDO: Crónicas de cine colombiano 1897–1950, Bogotá: Carlos Valencia Editores, 1981.
- SALDARRIAGA, ALBERTO Y FONSECA, LORENZO: <Un siglo de arquitectura colombiana> En Nueva historia de Colombia, Bogotá: Planeta Colombiana Editorial, S.A., 1989.
- THOMPSON, JOHN B. Los media y la modernidad: Una teoría de los medios de comunicación, Barcelona: Paidós Comunicación, 1998.

MATERIAL DOCUMENTAL

- Fundación Patrimonio Fílmico Colombiano. Archivo Cinematográfico de la familia Acevedo, Bogotá, 2004.